

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kelapa sawit merupakan komoditas unggulan bagi Indonesia dalam perdagangan internasional. Kelapa sawit termasuk dalam sepuluh komoditas ekspor utama.¹ Salah satu hal yang membuat kelapa sawit masuk ke dalam sepuluh komoditas ekspor utama Indonesia adalah daya saingnya yang kompetitif dalam perdagangan internasional. Daya saing tersebut didasarkan pada produktivitas per hektar kelapa sawit di Indonesia yang cukup tinggi.² Di sisi lain, kelapa sawit juga merupakan tanaman yang cukup handal terhadap perubahan iklim sehingga membuat kemungkinan terjadinya gagal panen dapat diminimalisir. Kelapa sawit juga mengandung nutrisi yang tinggi dan baik bagi kesehatan manusia jika dilihat dari nilai kalori, vitamin, dan kadar kolesterolnya yang rendah. Jika dilihat dari fungsinya, kelapa sawit tidak hanya sebagai bahan pangan, kelapa sawit juga sebagai minyak nabati yang berpotensi untuk dijadikan bahan bakar biodiesel.

Daya saing yang dimiliki kelapa sawit dalam perdagangan internasional telah berhasil menjadikan Indonesia sebagai penghasil kelapa sawit terbesar di dunia. Pada dasarnya kelapa sawit dipanen dalam bentuk tandan buah segar (TBS). TBS ini diolah menjadi produk setengah jadi dalam bentuk minyak kelapa

¹Kementrian Perdagangan.2014. *Profil Ekonomi*. Diakses dari, <http://www.kemendag.go.id/id/economic-profile/10-main-and-potential-commodities/10-main-commodities> (terakhir diakses 20 Desember 2014)

²Adella Bahtiar. *Analisis Pergerakan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Ekspor Komoditas Minyak Kelapa sawit (Crude Palm Oil) Indonesia : Kasus Indonesia-India*. (Universitas Indonesia,2010)

sawit atau *crude palm oil* (CPO) dan inti kelapa sawit atau *palm kernel*. Jika dikaitkan dengan perdagangan internasional, Indonesia merupakan penghasil CPO terbesar di dunia. CPO yang diproduksi oleh Indonesia sebanyak 25,5 juta ton pada tahun 2012. Hal ini yang menjadikan CPO merupakan produk kelapa sawit yang paling banyak diekspor oleh Indonesia.³

Pada tahun 2013 produksi CPO Indonesia mengalami peningkatan menjadi 28 juta ton atau setara dengan lima puluh persen total produksi CPO dunia yaitu sebesar 54,527 juta ton.⁴ Pada tahun 2013 CPO diekspor sebanyak 21,2 juta ton. Komoditas kelapa sawit ini merupakan penyumbang devisa negara terbesar untuk komoditas perkebunan. Devisa ekspor khusus produk kelapa sawit ini mencapai US\$ 19,65 miliar atau Rp 200 triliun pada tahun 2012⁵ dan US\$ 19,1 miliar pada tahun 2013.⁶ Sedangkan ekspor di luar produk kelapa sawit secara kumulatif menyumbang devisa sebesar Rp 50 triliun pada 2012. Jika melihat sejak diberlakukan bea keluar (BK) terhadap CPO dan turunannya dari tahun 2007–2012 industri kelapa sawit telah menyumbang Rp. 79,4 triliun. Artinya industri kelapa sawit telah terbukti sebagai penyelamat devisa negara.

Pasar terbesar bagi ekspor CPO Indonesia adalah India. Sedangkan Uni Eropa merupakan pasar kedua terbesar bagi ekspor CPO Indonesia. Meskipun merupakan pasar terbesar kedua, Uni Eropa memiliki keunikan terhadap CPO. Uni

³Investor Daily. *2013 Produksi CPO Indonesia Naik 10 Persen*. Diakses dari, <http://www.investor.co.id/agribusiness/2013-produksi-cpo-indonesia-naik10-persen/51459> (terakhir akses 20 Desember 2014)

⁴Waspada Online. *50 % CPO Dunia Dipasok Indonesia (online)*. Diakses dari, http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=282300:50-persen-cpo-dunia-dipasok-indonesia&catid=18:bisnis&Itemid=95 (terakhir diakses 20 Desember 2014)

⁵Tabloid Sinar Tani. *CPO dan kesejahteraan petani*. Diakses dari, <http://tabloidsinartani.com/content/read/cpo-dan-kesejahteraan-petani/> (terakhir diakses 22 september 2015)

⁶Kabar Bisnis. *Tiga Negara Ini Menjadi Penopang Ekspor CPO Asal RI*. Diakses dari, <http://kabarbisnis.com/read/2844218> (terakhir diakses 20 Desember 2014)

Eropa menerapkan kebijakan khusus terkait dengan CPO. Kebijakan tersebut berisi tentang CPO yang masuk di Uni Eropa harus mendapat sertifikasi dari Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO). Kebijakan sertifikasi RSPO ini berlaku bagi negara penghasil kelapa sawit seperti Malaysia, Papua Nugini, Brazil, Kolombia, Kepulauan Solomon, dan Indonesia.⁷

Alasan terbentuknya RSPO ini berawal dari tuntutan pasar konsumen Eropa yang menginginkan produknya bersumber dari bahan baku yang dalam produksinya tidak ada unsur pelanggaran HAM serta adanya kritikan dan protes para aktivis internasional terhadap dampak negatif dari pembangunan perkebunan kelapa sawit secara besar-besaran.⁸ Organisasi itu awalnya didasarkan pada suatu kerjasama informal antara sejumlah mitra bisnis dan Worldwide Fund for Nature (WWF). Melihat dari permasalahan yang menyangkut kelapa sawit tersebut, maka beberapa aktor internasional mendirikan dan merumuskan suatu konsep Sustainable Palm Oil (SPO) yaitu suatu konsep yang merancang pembangunan kelapa sawit yang berkelanjutan. Beberapa aktor internasional seperti Migros, Unilever, Malaysia Palm Oil Association, Sainsbury's dan Aarhus Inggris membentuk sebuah lembaga yang bernama RSPO, dibentuk oleh berbagai kelompok *stakeholder* dalam industri kelapa sawit, untuk mempromosikan pertanian berkelanjutan dan mengatasi dampak lingkungan dari kelapa sawit.⁹

RSPO adalah sebuah lembaga non-profit yang anggotanya terdiri dari enam sektor yang terkait di dalam industri kelapa sawit, yaitu produsen kelapa sawit,

⁷ Sawit Watch. *Sawit Watch dan RSPO*. Diakses dari, <http://sawitwatch.or.id/2013/11/sawit-watch-dan-rspo/> (terakhir diakses 28 Desember 2014)

⁸ Sawit Watch. *Sawit Watch dan RSPO*. Diakses dari, <http://sawitwatch.or.id/2013/11/sawit-watch-dan-rspo/> (terakhir diakses 28 Desember 2014)

⁹ RSPO. *Roundtable on Sustainable Palm Oil*. Diakses dari, <http://www.rspo.org/?q=page/576> (terakhir diakses 23 Desember 2014)

pedagang kelapa sawit, manufaktur barang-barang konsumen, peritel, bank dan investor, LSM lingkungan maupun LSM sosial. Dalam naungan RSPO, para pihak yang memiliki kepentingan, mempunyai andil dalam mengembangkan dan menerapkan suatu standar global untuk minyak kelapa sawit yang berkesinambungan.¹⁰

Pada tahun 2001, WWF mulai mengeksplorasi kemungkinan membentuk RSPO. Hasilnya adalah kerjasama informal antara Aarhus United UK Ltd, Golden Hope Plantations Berhad, Migros, Malaysia Palm Oil Association, Sainsbury's dan Unilever bersama dengan WWF pada tahun 2002. Pertemuan persiapan diadakan di London pada tanggal 20 September 2002 dan diikuti oleh pertemuan di Gland pada tanggal 17 Desember 2002. Organisasi-organisasi ini bertindak sebagai panitia untuk mengatur pertemuan *roundtable* pertama dan menyiapkan landasan struktur organisasi dan tata kelola untuk pembentukan RSPO.¹¹

Pertemuan perdana berlangsung di Kuala Lumpur, Malaysia pada 21-22 Agustus 2003 dan dihadiri oleh 200 peserta dari 16 negara. Output utama dari pertemuan ini adalah *Statement of Intent* (SOI) yang merupakan ungkapan dukungan atas proses *roundtable* yang tidak mengikat secara hukum. Pada tanggal 31 Agustus 2004, 47 organisasi telah menandatangani SOI. Pada tanggal 8 April 2004, RSPO secara resmi didirikan yang berpusat di Zurich, Swiss. Dengan didaftarkan RSPO sebagai asosiasi di bawah pasal 60 dari kode sipil Swiss pada

¹⁰Unilever. *Transforming the Palm Oil Industry*. Diakses dari, <http://www.unilever.com/sustainable-living/the-sustainable-living-plan/reducing-environmental-impact/sustainable-sourcing/transforming-the-palm-oil-industry/> (terakhir diakses 23 Desember 2014)

¹¹Ibid.

tanggal 8 April 2004, struktur pemerintahan baru telah diadopsi. Pengelolaan dan pelaksanaan RSPO akan diatur oleh anggaran dasar dan hukum.¹²

Konferensi pertama RSPO diadakan pada bulan agustus tahun 2003 bertempat di kuala lumpur, menghasilkan sebuah pernyataan bersama yang secara hukum tidak ada aturan yang mengikat. RSPO merumuskan sebuah prinsip dan kriteria mengenai bagaimana penanaman kelapa sawit yang berkelanjutan baik dalam segi ekonomi, sosial, maupun dalam segi lingkungan. RSPO juga merupakan lembaga yang dapat mensertifikasi jumlah minyak kelapa sawit yang berkesinambungan, dan juga menyusun kriteria yang berkesinambungan bagi para *supplier* yang memang layak untuk disertifikasi. Pada tahun 2007, sebuah kelompok kerja membuat kriteria untuk produksi kelapa sawit yang berkelanjutan dan hal ini diuji oleh anggota-anggota kelompok *roundtable*. Maka dari itu dibentuklah sebuah standar mengenai kepala sawit yang berkesinambungan yang biasa disebut Principles & Criteria (P&C).¹³ Produsen minyak kelapa sawit diminta untuk berkomitmen dengan mengupayakan sertifikasi operasional mereka sesuai standar RSPO. Para konsumen kelapa sawit diminta berkomitmen dengan membeli dan mempergunakan kelapa sawit yang sudah disertifikasi.¹⁴

Seluruh prinsip RSPO menggambarkan elaborasi harmonis antara Good Corporate Governance (GCG), Corporate Social Responsibility (CSR) dan pembangunan yang berwawasan lingkungan atau pembangunan berkelanjutan.

¹²RSPO.*Roundtable on Sustainable Palm Oil*. Diakses dari, <http://www.rspo.org/?q=page/576> (terakhir diakses 24 Desember 2014)

¹³Draft RSPO. *Kebijakan RSPO di Indonesia*. Diakses dari, www.rspo.org (terakhir diakses 28 Desember 2014)

¹⁴ Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO).*Bidang Kerja RSPO Sangatlah Penting Dalam Mendorong Industri Untuk Menuju Kestinambungan*. Diakses dari, <http://4m3one.wordpress.com/2011/06/06/roundtable-on-sustainable-palm-oil-rspo-bidang-kerja-rspo-sangatlah-penting-dalam-mendorong-industri-untuk-menuju-kestinambungan/> (terakhir diakses 3 Januari 2015)

Organisasi non-profit ini, menyatukan para pemangku kepentingan dari 7 (tujuh) sektor industri kelapa sawit sampai dengan produsen minyak kelapa sawit, pengolah minyak kelapa sawit atau pedagang, produsen barang konsumen, pengecer, bank dan investor, lingkungan atau LSM konservasi alam dan sosial, untuk mengembangkan dan menerapkan standar global untuk minyak sawit berkelanjutan.¹⁵ Namun, dalam perkembangan dan praktek di lapangan, dikarenakan banyaknya aturan yang terdapat pada P&C, sehingga RSPO dianggap hanya mengutamakan konsumen semata, yaitu pasar Eropa, sementara kepentingan produsen tidak diperhatikan sama sekali. Perkembangan lainnya juga terlihat pada timbulnya pemikiran bahwa pengembangan kelapa sawit di Indonesia yang selalu berpedoman pada peraturan luar negeri yang terkadang tidak sesuai dengan kondisi di Indonesia. RSPO dianggap tidak memberikan perlindungan terhadap harga CPO akibat sensitifitas pasar internasional yang lebih memprioritaskan CPO yang bersertifikat RSPO.¹⁶

Otoritas perdagangan Uni Eropa memberlakukan aturan wajib mencantumkan label sertifikat sawit berkelanjutan atau [RSPO](#) untuk produk sawit dan turunannya yang masuk ke UE. Oleh karena itu, perusahaan – perusahaan yang tidak memiliki RSPO, tidak akan bisa menjual produknya.¹⁷ Dari data yang peneliti dapatkan, anggota yang sudah tergabung dalam program sertifikasi RSPO sejak tahun 2008 tercatat sebanyak 600 perusahaan. Dari jumlah itu, 100 perusahaan

¹⁵RSPO.General Assembly RSPO ke -8 Berhasil Mencapai Kuorum. Diakses dari, http://www.rspo.org/news_details.php?nid=84&lang=5 (terakhir diakses 25 Desember 2014)

¹⁶Achmad Mangga Barani (Direktorat Jenderal Perkebunan Departemen Pertanian). *Indonesian Sustainable Palm Oil Segera Diberlakukan di 2010*. Diakses dari, <http://www.ditjenbun.deptan.go.id> (terakhir diakses 7 Januari 2015)

¹⁷Ptpn5.2015 Perusahaan Perkebunan Sawit di Kuansing Wajib Memiliki Sertifikat RSPO. Diakses dari, <http://bumn.go.id/ptpn5/berita/0-2015--Perusahaan-Perkebunan-Sawit-di-Kuansing-Wajib-Miliki-Sertifikat-RSPO> (terakhir diakses 22 September 2015)

berada di Indonesia. Selain perusahaan swasta, perusahaan badan usaha milik negara (BUMN) juga ada yang tergabung menjadi anggota RSPO.¹⁸

GAPKI (Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia) yang merupakan salah satu anggota dari RSPO,¹⁹ dalam *roundtable* ke delapan (RT-8) RSPO yang berlangsung di Jakarta, September 2011 mengutarakan sikap keberatan terhadap RSPO yang dinilai lebih membela kepentingan konsumen ketimbang produsen. RSPO juga kerap membuat ketentuan baru yang memberatkan produsen. Bahkan, jika produsen keberatan, ternyata tidak pernah diakomodir. Apalagi, secara komposisi keanggotaan memang sangat timpang. Dengan jumlah *grower-member* hanya 30%, sedangkan 'koalisi' *non-grower* mencapai 70%, bisa dipastikan produsen tidak akan pernah menang dalam memperjuangkan kepentingannya. Keberatan lainnya dari GAPKI adalah sertifikat RSPO yang diharapkan memberikan nilai tambah terhadap harga, ternyata tidak pernah ada. Produsen tetap menerima harga sesuai pasar. Oleh karena itu, GAPKI yang pernah menjabat sebagai dewan eksekutif di dalam RSPO secara resmi mengumumkan keluar dari keanggotaan RSPO.²⁰

GAPKI mengatakan bahwa keputusan untuk mundur dari RSPO dimaksudkan untuk mendukung Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO), sebuah skema pengembangan minyak sawit berkelanjutan yang diwajibkan oleh

¹⁸ Kontan id. 600 perusahaan sawit kantong sertifikat RSPO. Diakses dari, <http://industri.kontan.co.id/news/600-perusahaan-sawit-kantongi-sertifikat-rspo> (terakhir diakses 22 september 2015)

¹⁹Info Sawit. Daftar anggota RSPO dari Indonesia. Diakses dari, http://www.infosawit.com/index.php?option=com_content&view=article&id=201:sustainable-palm-oil-dan-rspo&catid=45:fokus (terakhir diakses tanggal 8 Januari 2015)

²⁰Agro Indonesia.RSPO untuk kepentingan siapa?. Diakses dari, <http://agroindonesia.co.id/2011/10/25/rspo-untuk-kepentingan-siapa/> (terakhir diakses 9 Januari 2015)

pemerintah Indonesia kepada pelaku usaha sawit.²¹ Pemerintah Indonesia meminta kalangan pelaku usaha sawit fokus untuk memenuhi ketentuan ISPO. Sebab, tujuan ISPO adalah bagaimana Indonesia mempunyai standar sendiri dalam membangun kebun sawit yang *sustainable*.²²

ISPO adalah suatu kebijakan yang diambil oleh pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pertanian yang bertujuan meningkatkan daya saing minyak sawit Indonesia di pasar dunia dan ikut berpartisipasi dalam rangka memenuhi komitmen Presiden RI untuk mengurangi gas rumah kaca serta memberi perhatian terhadap masalah lingkungan.²³ Dengan adanya ISPO, diharapkan agar seluruh pelaku usaha perkebunan kelapa sawit di Indonesia mampu meningkatkan kepedulian atas pentingnya memproduksi kelapa sawit berkelanjutan yang dapat berpengaruh terhadap peningkatan daya saing minyak sawit Indonesia di pasar dunia. Pelaksanaan ISPO ini didasarkan kepada peraturan perundang-undangan di Indonesia, yang sifatnya *mandatory*, sehingga secara hukum mengikat bagi pelaku usaha perkebunan di Indonesia.²⁴ Seperti ulasan sebelumnya, sebelum pemerintah Indonesia mengeluarkan ketentuan mengenai ISPO, pasar internasional telah lebih dahulu menilik mengenai ketentuan memproduksi kelapa sawit berkelanjutan yang diramu dalam bentuk RSPO.²⁵ Perbedaan RSPO dan ISPO ini terletak pada sifat

²¹National geographic. *GAPKI Keluar dari RSPO*. Diakses dari, <http://nationalgeographic.co.id/berita/2011/10/gapki-keluar-dari-rspo> (terakhir diakses 9 Januari 2015)

²²Agro Indonesia. *RSPO untuk kepentingan siapa?*. Diakses dari, <http://agroindonesia.co.id/2011/10/25/rspo-untuk-kepentingan-siapa/> (terakhir diakses 9 Januari 2015)

²³Latief Rachman. *Penerapan Standardisasi ISPO pada Perkebunan Kelapa Sawit* disampaikan pada Workshop di Hotel Harris. Jakarta, 30 November 2012.

²⁴Ibid

²⁵Lembaga Riset Perkebunan Indonesia. *Menimbang Relevansi Sertifikasi RSPO* (Jurnal Warta Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Vol 31 No 6 Tahun 2009) 10

pengaturannya, untuk ISPO bersifat *mandatory* sedangkan RSPO bersifat *voluntary*.

Pada tahun 2011, disusunlah ketentuan ISPO sesuai yang diamanatkan oleh Peraturan Menteri Pertanian No. 19/Permentan/OT.140/3/2011 tentang Pedoman Perkebunan Kelapa Sawit Berkelanjutan Indonesia (Indonesian Sustainable Palm Oil – ISPO). Namun ISPO secara resmi berlaku mulai maret 2012, dimana perusahaan perkebunan kelapa sawit dalam waktu paling lambat sampai dengan tanggal 31 Desember 2014 harus sudah mendapat sertifikasi ISPO sesuai dengan ketentuan peraturan ini. Kekuatan mengikat inilah yang menjadikan ISPO bersifat wajib.²⁶

ISPO bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya memproduksi kelapa sawit berkelanjutan dan mempercepat produksi minyak sawit berkelanjutan, meningkatkan daya saing minyak sawit Indonesia di pasar dunia serta untuk mengurangi emisi gas rumah kaca.²⁷ Adapun 7 Prinsip ISPO²⁸

1. Sistem perizinan dan manajemen perkebunan
2. Penerapan Good Agriculture Practices (GAP) dan Good Manufacturing Practices (GMP)
3. Pemantauan dan pengelolaan lingkungan
4. Tanggung jawab terhadap pekerja
5. Tanggung jawab sosial dan masyarakat

²⁶LRQA. *Indonesian Sustainable Palm Oil*. Diakses dari, <http://www.id.lrqa.com/standards-and-schemes/schemes/249057-ispo-indonesian-sustainable-palm-oil.aspx> (terakhir diakses 28 januari 2015)

²⁷Mukti Sardjono (Assistant Minister of Agriculture for the Environment). *Indonesian Policy On Sustainable Oil Palm Development*. Jakarta, 12 November 2014

²⁸ISPO. *Prinsip – Prinsip ISPO*. Diakses dari www.ispo-org.or.id/ (terakhir diakses 2 Februari 2015)

6. Pemberdayaan ekonomi masyarakat
7. Peningkatan bisnis berkelanjutan

ISPO ini merupakan respon dari adanya RSPO. Di tahun 2015, Uni Eropa menuju dan berkomitmen 100% penggunaan minyak sawit bersertifikat RSPO. Desi Kusumadewi, selaku perwakilan pemerintah melalui Kementerian Perdagangan mengatakan bahwa perlu adanya sertifikat RSPO jika pengusaha sudah memiliki sertifikat sawit keluaran Indonesia atau ISPO. Bagi pengusaha sawit yang sudah punya ISPO cuma akan ada kemudahan saat pengurusan mendapatkan sertifikat RSPO bila para pelaku usaha sawit sudah mendapatkan ISPO. Desi mengatakan, pada prinsipnya antara ISPO dan RSPO banyak memiliki kesamaan. Akan tetapi pada prakteknya keberadaan dua sertifikat sawit ini saling melengkapi satu sama lain. Upaya yang dilakukan pemerintah ini sudah dalam tahap negosiasi.²⁹

Berdasarkan fakta diatas, kebijakan yang diterapkan oleh Uni Eropa terkait dengan CPO menarik untuk dikaji demi mengetahui bagaimana Indonesia selaku negara pengekspor CPO ke Uni Eropa menanggapi kebijakan tersebut setelah adanya komentar serta keluhan dari pelaku usaha sawit. Isu ini dianggap penting karena hanya Uni Eropa yang menerapkan kebijakan seperti ini terkait dengan CPO.

²⁹Medan Bisnis. *Eropa Wajibkan Label RSPO Produk Sawit*. Diakses dari http://medanbisnisdaily.com/news/read/2014/04/25/91968/eropa_wajibkan_label_rspo_produk_sawit/#.VgEGxfm4HKg (terakhir diakses 22 September 2015)

1.2 Rumusan Masalah

Indonesia merupakan penghasil CPO terbesar di dunia. Disisi lain, pasar terbesar bagi ekspor CPO Indonesia adalah India. Sedangkan Uni Eropa merupakan pasar kedua terbesar bagi ekspor CPO Indonesia. Disisi lain meskipun merupakan pasar terbesar kedua, Uni Eropa memiliki keunikan terhadap CPO. Uni Eropa menerapkan kebijakan khusus terkait dengan CPO. Kebijakan tersebut berisi tentang CPO yang masuk ke Uni Eropa harus mendapat sertifikasi RSPO. Kebijakan ini menimbulkan berbagai macam perdebatan dikalangan akademik, pemerintah baik pusat maupun daerah serta pengusaha dikarenakan kebijakan ini berpihak pada konsumen dan meminggirkan produsen. Oleh karena itu, perlunya upaya diplomasi komersial pemerintah Indonesia dalam menyikapi sertifikasi RSPO.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Yang menjadi pertanyaan dari penelitian ini adalah *Bagaimana Upaya Diplomasi Komersial Pemerintah Indonesia dalam Menyikapi Sertifikasi Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)?* Dan diharapkan dengan penelitian ini penulis dapat menjawab pertanyaan tersebut.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana upaya diplomasi komersial yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia dalam menyikapi sertifikasi RSPO.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Menambah referensi dan kepustakaan Ilmu Hubungan Internasional tentang diplomasi komersial Indonesia dalam menyikapi RSPO.
- b. Secara akademis manfaat yang didapatkan yaitu dengan memahami penerapan alat analisis seperti teori dan konsep dalam menjelaskan fenomena hubungan internasional.
- c. Secara praktis manfaat yang di dapatkan yaitu lebih berkaitan dengan hasil penelitian yang dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan yang berkaitan dengan topik yang dibuat.

1.6 Studi Pustaka

Tinjauan studi pustaka dilakukan guna menghimpun informasi yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Beberapa penelitian sebelumnya akan menjadi tolak ukur dan pijakan bagi penulis dalam mengembangkan ruang lingkup penelitian. Secara umum, penelitian mengenai RSPO telah dibahas dan tertuang dalam bentuk karya ilmiah, baik buku, tugas akhir maupun jurnal ilmiah.

Pertama, penulis merujuk pada jurnal karya Lee Lane yang berjudul *Emission Controls, Economic Growth, and Palm Oil Production*.³⁰ Lee memaparkan bahwa minyak sawit telah menjadi sumber pertumbuhan ekonomi di beberapa negara di dunia. Tetapi pertumbuhan produksi minyak sawit telah memicu sejumlah masalah lingkungan. Kekhawatiran saat ini, emisi GRK menjadi permasalahan terbesar. Di sisi lain meskipun adanya kekhawatiran, minyak sawit tampaknya menjadi faktor yang agak kecil dalam perubahan iklim. Dalam kasus

³⁰Lee Lane, "Emission Controls, Economic Growth, and Palm Oil Production", (Washington DC : Hudson Institute,2011)

apapun, realitas ekonomi politik global menyiratkan bahwa di masa mendatang, upaya pengendalian gas rumah kaca akan tetap efektif. Bagi banyak negara, pembangunan ekonomi dapat menawarkan cara yang lebih baik untuk mengatasi perubahan iklim.

Dari sudut pandang ini minyak sawit dapat memberikan manfaat pada eksportir dan importir. Dalam tulisan ini, kebijakan iklim AS harus mempertimbangkan beberapa hal serta harus menghindari dan menentang proteksionisme perdagangan yang bertopeng sebagai pelindung iklim. Dalam hal ini AS juga harus mendesak bank dunia untuk meningkatkan fokus pada pengembangan sebagai respon terhadap perubahan iklim. Secara umum, dalam menanggapi perubahan iklim, AS harus mempertimbangkan biaya sewa dan transaksi yang tinggi dalam proses politik.

Perbedaan penelitian ini dengan *Emission Controls, Economic Growth, and Palm Oil Production* adalah penelitian tersebut hanya membahas kebijakan AS terkait dampak minyak sawit terhadap lingkungan serta membahas emisi gas rumah kaca sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih kepada pembahasan kebijakan RSPO yang dikeluarkan oleh Uni Eropa, yang dimana kebijakan ini berdampak kepada Indonesia.

Kedua, penulis merujuk pada jurnal yang berjudul *Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan – Tuntutan atau Realitas? : Potensi dan Keterbatasan Roundtable on Sustainable Palm Oil* yang ditulis oleh Ann-Kathrin Voge dan Friedel Hutz-Adams.³¹ Permintaan minyak kelapa sawit sebagai minyak nabati terus meningkat

³¹Ann Kathrin dan Fridel Hutz. “Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan – Tuntutan atau Realitas? :Potensi dan Keterbatasan *Roundtable on Sustainable Palm Oil*”. (Berlin: Brot fur die Welt,2014)

di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan minyak sawit tidak hanya untuk dikonsumsi oleh manusia, tetapi juga untuk digunakan sebagai bahan bakar dan sebagai bahan baku dalam industri kimia. Meningkatnya konsumsi global ini telah mengakibatkan terjadinya ekspansi atau perluasan lahan secara terus menerus. Berbagai laporan dan studi telah membuktikan tentang sejumlah kerusakan hutan, pengusiran penduduk lokal atau pemberian kompensasi yang tidak memadai pada penduduk yang tinggal di daerah tersebut. Belum lagi kondisi kerja di perkebunan yang sering tidak mengikuti standar internasional ataupun mengikuti standar hukum setempat. Menurut banyak kritikus, penanaman kelapa sawit secara monokultur dalam areal yang luas sungguh tidak memungkinkan untuk menghasilkan kelapa sawit yang berkelanjutan, apalagi budaya polikultur, hampir sama sekali tidak dipraktekkan di daerah manapun.

Organisasi-organisasi mitra dari *Brot für die Welt* dan *Vereinte Evangelische Mission* telah mengangkat masalah ini sejak bertahun-tahun. Namun demikian, perkebunan-perkebunan terus saja berkembang, terutama di Indonesia dan Malaysia. Demikian juga semakin meningkat di Afrika, Amerika Tengah dan Selatan serta Papua Nugini.

RSPO didirikan pada tahun 2004 sebagai respon untuk menanggapi masalah-masalah sosial dan lingkungan di negara-negara produsen. Inisiatif yang bersifat sukarela ini diprakarsai oleh pihak industri dan masyarakat sipil dan bertujuan untuk mempromosikan produksi dan penggunaan minyak sawit berkelanjutan. Untuk menjamin hal tersebut, telah disusun serangkaian kriteria yang mempunyai jangkauan luas. Semua perusahaan-perusahaan anggota RSPO harus menerapkan kriteria-kriteria tersebut yang kepatuhannya dipantau secara

independen. Jika kriteria-kriteria tersebut dipatuhi, tentu hal itu akan membawa pada perbaikan yang signifikan dalam sektor kelapa sawit. Walaupun begitu, selalu saja terdapat tuduhan yang menyatakan bahwa anggota RSPO sendiri yang tidak mematuhi. Oleh sebab itu timbul pertanyaan tentang bagaimana cara mengevaluasi RSPO. Di satu sisi, RSPO bisa dilihat sebagai suatu pendekatan yang melakukan banyak perbaikan, tetapi di sisi lain – jika mengingat banyaknya masalah yang dihadapi RSPO dalam menegakkan standarnya- maka mungkin akan lebih baik, jika RSPO juga mencari alternatif lain dalam upaya melawan pelanggaran hak asasi manusia dan pelanggaran hukum lingkungan hidup.

Perbedaan Penelitian ini dengan *Minyak Kelapa Sawit Berkelanjutan – Tuntutan atau Realitas? : Potensi dan Keterbatasan Roundtable on Sustainable Palm Oil* adalah penelitian tersebut hanya membahas pemaparan tentang fungsi, dampak dan kelemahan-kelemahan RSPO dengan mengambil latar belakang pada perkembangan pasar dunia sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih kepada upaya diplomasi pemerintah Indonesia terkait kebijakan RSPO.

Ketiga, penulis merujuk pada jurnal yang berjudul *European Policies towards Palm Oil – Sorting Out some Facts* yang ditulis oleh Gernot Pehnelt dan Christoph Vietze.³² Tulisan memaparkan peran kelapa sawit dan keberlanjutannya dari perspektif yang berbeda. Kami menganggap peran minyak sawit dalam konteks GRK. Kami membahas dampak kelapa sawit terhadap keanekaragaman hayati dan menganalisis bagaimana minyak kelapa sawit dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di negara-negara tropis.

³²Gernot Pehnelt dan Christoph Vietze. “*European Policies towards Palm Oil – Sorting Out some Facts*”. (Germany: *The Jena Economic Research Papers*, 2009).

Akhirnya, berdasarkan analisis ini, kami menilai fokus saat ini tentang politik minyak sawit dengan fokus khusus pada Uni Eropa.

Minyak kelapa sawit adalah tanaman yang menawarkan hasil yang lebih tinggi per hektar dari tanaman minyak lainnya. Selain itu, jika sisa energi yang diperoleh dalam proses produksi yang digunakan dengan benar, keseimbangan energi dari produksi minyak sawit jauh lebih menguntungkan dibandingkan dengan biofuel lainnya. Secara keseluruhan, minyak sawit ternyata menjadi jauh lebih efisien daripada tanaman minyak lainnya dan karena itu menawarkan keuntungan yang signifikan dalam konteks penghematan gas rumah kaca.

Bertentangan dengan beberapa kampanye dan persepsi akhir-akhir ini di Eropa, penanaman kelapa sawit bukan alasan utama deforestasi di negara-negara tropis. Di sisi lain, keanekaragaman hayati di perkebunan kelapa sawit jauh lebih tinggi daripada di kebanyakan monokultur di Uni Eropa. Kelapa sawit merupakan suatu pendorong yang penting dari pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di negara-negara tropis serta berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan dan kelaparan di negara berkembang.

Gas rumah kaca menyimpan nilai-nilai dan interpretasi yang didasarkan pada asumsi yang salah dan perhitungan yang salah. Oleh karena itu, Uni Eropa harus membentuk kembali kebijakannya terhadap minyak sawit. Dengan inisiatif tertentu untuk lebih meningkatkan efisiensi energi dan untuk melindungi habitat yang berharga dikombinasikan dengan strategi untuk memperkuat hak milik dan mendorong penggunaan lahan yang efisien dan strategi yang sukses dalam pembangunan pertanian, ini tidak akan hanya mencegah konflik politik dan

sengketa perdagangan dalam hubungannya dengan isu minyak sawit tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan, mengurangi kemiskinan.

Keempat, penulis merujuk pada *report* berjudul *Sustainability Certification in the Indonesian Palm Oil Sector : Benefits and Challenges for Smallholders* yang ditulis oleh Clara Brandi.³³ Tulisan ini menjelaskan tentang pengaruh sosial-ekonomi dan ekologi terhadap kelapa sawit di Indonesia. Produksi minyak sawit merupakan sektor ekonomi penting bagi Indonesia. Sebuah permintaan yang semakin meningkat dari pasar Eropa, Amerika dan Asia, telah menyebabkan cepat ekspansi sektor minyak sawit Indonesia, menjadikan Indonesia sebagai produsen dan eksportir terbesar. Produksi minyak sawit menimbulkan sumber pendapatan yang menguntungkan dengan menawarkan pengembalian yang tinggi atas tanah dan tenaga kerja dan menghasilkan sejumlah besar pendapatan ekspor. Dengan demikian, minyak sawit dapat berfungsi sebagai mesin penting bagi pengembangan pedesaan.

Pada saat yang sama, produksi kelapa sawit memiliki dampak negatif yang serius mengenai keberlanjutan ekologi dan sosial, termasuk deforestasi, mengurangi keanekaragaman hayati dan konflik tentang hak atas tanah.

Dalam tulisan ini juga menjelaskan struktur kepemilikan perkebunan kelapa sawit di Indonesia adalah heterogen. Sektor minyak sawit Indonesia ditandai oleh tiga model kepemilikan: (i) perusahaan milik negara, (ii) milik swasta perusahaan dan (iii) petani dapat dikategorikan menjadi dua jenis: (i) petani kemitraan dan (ii) petani swadaya.

³³Clara Brandi. "Sustainability Certification in the Indonesian Palm Oil Sector". (Germany: The German Development Institute, 2013)

Kampanye oleh organisasi non-pemerintah merupakan sikap prihatin dari konsumen dan perusahaan terhadap dampak negatif dari produksi minyak sawit. Hal ini menyebabkan berbagai inisiatif untuk memperkenalkan standar keberlanjutan dan skema sertifikasi.

Inisiatif penetapan standar yang berbeda telah berkembang di sektor kelapa sawit selama bertahun-tahun terakhir, terutama (i) Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), (ii) Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO) dan (iii) International Sustainability and Carbon Certification (ISCC). ISPO adalah skema sertifikasi wajib yang dikeluarkan oleh pemerintah. RSPO adalah standar yang bersifat sukarela yang ditetapkan oleh *multistakeholder* yang berkepentingan, sementara ISCC adalah standar internasional yang bersifat sukarela difokuskan pada produksi yang berkelanjutan dari biomassa untuk biofuel di bawah The European Union Renewable Energy Directive (EU-RED). Tulisan ini berfokus pada standar RSPO, karena merupakan standar yang paling penting dan terdepan untuk kelapa sawit saat ini.

Terakhir, penulis merujuk pada disertasi yang ditulis oleh Ibrahim Naeem dengan judul *Economic and Commercial Diplomacy in Micro-states : A case study of the Maldives and Mauritius*.³⁴ Tulisan ini mencoba untuk menguji konsep, isu dan tanggapan dari negara mikro terhadap diplomasi ekonomi dan komersial menggunakan studi kasus pada dua negara di Samudera Hindia, pulau Maladewa dan Mauritius. Makalah ini dibagi menjadi tiga bagian utama. Di bagian pertama menjawab pertanyaan berikut. Apa itu diplomasi ekonomi? Apa diplomasi

³⁴Ibrahim Naeem. *Economic and Commercial Diplomacy in Micro-states : A Case Study of The Maldives and Mauritius*. (Malaysia: University of Malta, 2008)

komersial? Apa ruang lingkup dari subjeknya? Apa isu-isu yang dihadapkan kepada mereka dan bagaimana mereka menanggapi isu-isu seperti itu? Bagian kedua dan ketiga adalah studi kasus yang membahas penerapan diplomasi ekonomi dan komersial pada studi kasus Maladewa dan Mauritius.

Kebanyakan negara-negara kecil dan mikro ditandai dengan, antara lain, keterbatasan sumber daya akut; kehilangan skala ekonomi ; kendala geofisika; kerentanan terhadap bencana alam; kerentanan terhadap guncangan eksternal; menekan keterbatasan kapasitas sosial ekonomi; sempit basis ekonomi dan konsentrasi ekspor; ketergantungan pada sumber daya asing; dan pasar domestik yang kecil.

Diplomasi ekonomi memberatkan negara-negara kecil, sejumlah negara mikro masih cukup untuk mempertahankan dan mempromosikan kepentingan mereka dalam negosiasi internasional. Kerangka kelembagaan dan legislatif yang tidak memadai dibahas di forum internasional, hal itu mencegah beberapa negara mikro untuk bisa memanfaatkan alat-alat ekonomi dan diplomasi komersial di forum internasional seperti WTO.

Seperti diplomasi ekonomi yang sedang diakui sebagai elemen penting untuk pengembangan negara-negara kecil, negara mikro mengambil langkah-langkah konkret untuk memperoleh kapasitas dan sumber daya untuk meningkatkan partisipasi mereka dan menyuarakan keprihatinan mereka di berbagai forum internasional. Mereka mencoba untuk menemukan cara yang inovatif dan hemat biaya untuk mengatasi tantangan ini. Kemajuan telah dibuat oleh beberapa negara dalam mengadopsi praktek yang digunakan oleh negara maju. Praktek-praktek ini

muncul sebagai alat untuk negara mikro untuk pro aktif terlibat dalam lingkungan internasional.

1.7 Kerangka Konseptual

1.7.1 Kepentingan Nasional

Politik luar negeri Republik Indonesia baik sebagai *policies* maupun *action* senantiasa mengandung unsur kesinambungan dan perubahan yang saling berinteraksi. Hal ini meliputi nilai-nilai yang diyakini oleh masyarakat serta prinsip-prinsip yang disepakati, sementara perubahan menyangkut strategi, prioritas dan cara-cara bagaimana memperjuangkan kepentingan nasional. Proses transformasi yang terjadi dari *input* menjadi *output* sekaligus merupakan cerminan bagaimana sebuah negara mengelola politik luar negeri yang dipengaruhi oleh tiga faktor; lingkungan internal/eksternal, struktur dan perilaku sosial.³⁵

Nilai-nilai dan prinsip politik luar negeri dapat digolongkan ke dalam tataran ideal. Meskipun terkadang terdapat kesenjangan, inkonsistensi atau bahkan kontradiksi dalam mentransformasikan tataran ideal ke dalam tataran operasional pasti selalu bermuara pada satu tujuan mewujudkan kepentingan nasional.

Menurut Norman J. Padelford, kepentingan nasional adalah:

*National interest of a country is what a governmental leaders and in large degree also what its people consider at any time to be vital to their national independence, way of life, territorial security and economic welfare.*³⁶

³⁵Richard Snyder et.al. (eds). *Foreign Policy Making* (USA : The Free Press of Glencoe,1962) 60-70

³⁶Norman J. Padelford and George A. Lincoln. *International Politics* (The Macmillan Company)

Pendapat diatas mengemukakan esensi bahwa baik diplomasi maupun perang merupakan wahana politik luar negeri yang paling lazim digunakan sebuah negara untuk mewujudkan kepentingan nasionalnya.

Setiap negara memiliki suatu kepentingan nasional untuk memajukan negaranya serta mewujudkan kesejahteraan warganya. Dalam hal ini kepentingan nasional yang relatif tetap dan sama diantara semua negara/bangsa adalah keamanan dan kesejahteraan. Kepentingan nasional menurut Daniel S. Papp, mengatakan bahwa dalam kepentingan nasional terdapat beberapa aspek, seperti ekonomi, ideologi, kekuatan dan keamanan militer, moralitas dan legalitas. Dalam hal ini, yang mana faktor ekonomi pada setiap kebijakan yang diambil oleh suatu negara selalu berusaha untuk meningkatkan perekonomian negara yang dinilai sebagai suatu kepentingan nasional. Suatu kepentingan nasional dalam aspek ekonomi diantaranya adalah untuk meningkatkan keseimbangan kerjasama perdagangan suatu negara dalam memperkuat sektor industri, dan sebagainya.³⁷

Menurut Hans J. Morgenthau, kepentingan nasional merupakan pilar utama bagi teorinya tentang politik luar negeri dan politik internasional yang realis. Pendekatan Morgenthau ini begitu terkenal sehingga telah menjadi suatu paradigma dominan dalam studi politik internasional sesudah Perang Dunia II. Pemikiran Morgenthau didasarkan pada premis bahwa strategi diplomasi harus didasarkan pada kepentingan nasional, bukan pada alasan-alasan moral, legal dan ideologi yang dianggapnya utopis dan bahkan berbahaya. Ia menyatakan kepentingan nasional setiap negara adalah mengejar kekuasaan, yaitu apa saja yang bisa

³⁷Papp, D. S. *Contemporary International Relation: A Framework for Understanding, Second Editions* (New York: MacMillan Publishing Company,1998)

membentuk dan mempertahankan pengendalian suatu negara atas negara lain. Hubungan kekuasaan atau pengendalian ini bisa diciptakan melalui teknik-teknik paksaan maupun kerjasama.³⁸

Demikianlah Morgenthau membangun konsep abstrak yang artinya tidak mudah di definisikan, yaitu kekuasaan dan kepentingan, yang dianggapnya sebagai sarana dan sekaligus tujuan dari tindakan politik internasional. Para pengkritiknya terutama ilmuan dari aliran saintifik, menuntut definisi operasional yang jelas tentang konsep-konsep dasar itu. Tetapi Morgenthau tetap bertahan pada pendapatnya bahwa konsep-konsep abstrak seperti kekuasaan dan kepentingan itu tidak dapat dan tidak boleh dikuantifikasikan. Menurut Morgenthau, *"Kepentingan nasional adalah kemampuan minimum negara untuk melindungi, dan mempertahankan identitas fisik, politik, dan kultur dari gangguan negara lain. Dari tinjauan ini para pemimpin negara menurunkan kebijakan spesifik terhadap negara lain yang sifatnya kerjasama atau konflik"*.³⁹

Kepentingan nasional juga dapat dijelaskan sebagai tujuan fundamental dan aktor penentu akhir yang mengarahkan para pembuat keputusan dari suatu negara dalam merumuskan kebijakan luar negeri. Kepentingan nasional bagi Indonesia secara khas merupakan unsur-unsur yang membentuk kebutuhan negara yang paling vital seperti pertahanan, keamanan, militer dan kesejahteraan ekonomi.

Diplomasi dalam konstelasi politik luar negeri hakekatnya adalah muslihat yang bijaksana dengan perundingan untuk mencapai cita-cita bangsa. Efektivitas diplomasi dan atau politik luar negeri tidak terlepas dari pergolakan di dalam negeri,

³⁸Morgenthau, H. J. *In Defense of the National Interest: A Critical Examination of American Foreign Policy* (New York: University Press of America,1951)

³⁹Ibid

sebab pada intinya kebijakan luar negeri tidak lain merupakan refleksi dari kebijakan dalam negeri. Sehebat apapun para diplomat yang dimiliki sebuah negara, tetapi bila di dalam negeri penuh dengan carut marut politik atau bahkan terjadi pelanggaran hak asasi secara masif, maka ketajaman diplomasi sang diplomat menjadi tumpul. Untuk mencapai hasil yang optimal dalam diplomasi, perlu ada gerakan kuat di dalam negeri sebagai sebuah sendi dari gerakan diplomasi itu. Jadi, tenaga perjuangan rakyat yang kuat perlu sekali untuk menyokong usaha diplomasi yang dijalankan pemerintah. Diplomasi yang tidak disokong oleh tenaga perjuangan yang kuat niscaya tidak akan berhasil.⁴⁰

Kepentingan nasional sering dijadikan tolok ukur atau kriteria pokok bagi para pengambil keputusan masing-masing negara sebelum merumuskan dan menetapkan sikap atau tindakan. Bahkan setiap langkah kebijakan luar negeri perlu dilandaskan kepada kepentingan nasional dan diarahkan untuk mencapai serta melindungi apa yang dikategorikan atau ditetapkan sebagai "kepentingan nasional".⁴¹

Untuk tercapainya tujuan kepentingan nasional, perlunya pengembangan citra Indonesia yang positif di luar negeri. Hal demikian ini didasari oleh suatu asumsi bahwa terbentuknya citra Indonesia yang positif di luar negeri akan mempermudah tercapainya tujuan nasional Indonesia, yaitu meningkatnya persahabatan dan kerjasama internasional dan regional melalui forum multilateral dan bilateral, yang pada akhirnya akan memberikan manfaat yang besar bagi kepentingan pembangunan nasional di segala bidang khususnya di bidang ekonomi.

⁴⁰Ganewati Wuryandari. *Format Baru Politik Luar Negeri Indonesia*. (Jakarta : LIPI, 2009) 34-35

⁴¹Rudy, T. *Study Strategis dalam Transformasi Sistem Internasional Pasca Perang Dingin*. (Bandung: Refika Aditama,2002)

Dalam skripsi ini, peneliti ingin menjelaskan kepentingan nasional Indonesia yang terselip didalam upaya Indonesia dalam menyikapi kebijakan RSPO. Kepentingan nasional inilah yang menjadi alasan bagi indonesia untuk melakukan diplomasi terkait RSPO tersebut.

1.7.2 Diplomasi Komersial

Perkembangan dunia yang semakin terintegrasi satu sama lain menyebabkan negosiasi perdagangan mencakup area regulasi dan kebijakan pemerintah yang luas. Termasuk di dalamnya adalah standarisasi pada bidang kesehatan, keamanan, lingkungan, perlindungan konsumen; regulasi- regulasinya mencakup bidang jasa seperti perbankan, telekomunikasi, dan akuntansi; kebijakan menyangkut kompetisi dan hukum mengenai hukum yang terkait dengan suap dan korupsi, program pendukung pertanian; dan subsidi bagi industri. Diplomasi komersial sangat penting karena dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan berkelanjutan perdagangan internasional, penanaman modal langsung atau Foreign Direct Investment (FDI), dan solusi bagi konflik internasional yang sifatnya nonpasar.⁴²

Para ahli memiliki beberapa pandangan dasar yang sama mengenai diplomasi ekonomi dan komersial. S.L Roy dalam bukunya *Diplomasi* menyebutkan bahwa pada dasarnya ekonomi adalah bagian tak terpisahkan dari diplomasi modern jaman sekarang, dengan kata lain ekonomi tidak lagi dilihat sebagai elemen yang terpisah dari diplomasi.⁴³

⁴²Commercial Diplomacy. *What is Commercial Diplomacy*. Diakses dari, http://www.commercialdiplomacy.org/site_userguide/faq2.htm#What is Commercial Diplomacy (terakhir diakses 25 Juni 2015)

⁴³Roy, S. L. *Diplomasi*. (Jakarta: Rajawali Pers,1991) 128

Christopher Hill dalam bukunya *The Changing Politics of Foreign Policy* juga menegaskan pentingnya peran perdagangan dan diplomasi ekonomi. Diplomasi ekonomi menurutnya berawal dari kebutuhan untuk mempromosikan kesejahteraan nasional dan menjalankan kebijakan ekonomi luar negeri. Diplomasi ekonomi umumnya bersifat lebih rutin dari *Marshall Aid* atau bantuan IMF. Diplomasi ini biasanya terdiri dari bantuan untuk mendorong ekspor perusahaan-perusahaan negara dan menarik investasi ke dalam yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Jepang adalah contoh negara setelah masa perang yang berhasil mempromosikan ekspornya dan Jerman juga berhasil mengatur kapitalisme di dalam dan luar negeri bagi keuntungan warga negaranya. Dalam usaha untuk mendapatkan kontrak dengan negara lain, sektor swasta seringkali membutuhkan bantuan negara. Kebijakan negara dapat digunakan untuk memengaruhi pihak swasta asing dan atau kebijakan negara lain. Disinilah saatnya diplomasi ekonomi berjalan, yakni dimana bisnis tidak dapat berjalan tanpa melibatkan diri dengan politik dan diplomasi.⁴⁴

Perdagangan adalah fitur utama diplomasi dan bukannya bagian yang terpisah lagi dari diplomasi seperti dalam diplomasi tradisional dulu. Tugas dari para diplomat adalah untuk menilai hubungan antara kepentingan perdagangan nasional dan kebijakan luar negeri, merekonsiliasi konflik antara perdagangan dan kepentingan kebijakan luar negeri, serta menjamin prospek dan kemungkinan kerjasama perdagangan dengan pihak luar. Oleh karena itu, masalah ekspansi perdagangan ke luar membutuhkan bantuan negara berupa staf dan tenaga kerja.⁴⁵

⁴⁴Christopher Hill. *The Changing Politics of Foreign Policy*. (Palgrave Macmillan: 2003) 143.

⁴⁵Barston, R. P. *Modern Diplomacy*. (New York: Pearson Education Limited,1997) 165

Diplomasi ekonomi dan perdagangan secara khusus mulai banyak diperbincangkan sejak nasionalisasi industri di banyak negara pada tahun 1950an sampai 1970an. Hal ini kemudian melahirkan banyak diplomat dalam bidang perdagangan yang bertugas membantu penjualan produk yang dinasionalisasikan. Sejak disetujuinya General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) pada tahun 1949, perdagangan telah menjadi salah satu strategi ekonomi terpenting bagi negara-negara yang menganut sistem ekonomi terbuka. Salah satu pencapaian GATT yang terpenting adalah berdirinya WTO pada tahun 1994. Salah satu tujuan GATT dan WTO adalah reduksi tarif yang dapat meningkatkan volume perdagangan dunia. Hasil dari direduksinya tarif memang terbukti telah menaikkan volume perdagangan dan level ekonomi sebuah negara; oleh karena itu, menjadi anggota organisasi perdagangan dunia telah menjadi salah satu strategi utama negara dengan sistem ekonomi yang berorientasi pada pasar. Dengan bergabungnya sebuah negara dengan WTO, penerapan diplomasi komersial menjadi tidak dapat dihindari.⁴⁶

Diplomasi komersial dideskripsikan sebagai instrument utama didalam kebijakan luar negeri yang terkait dengan manajemen hubungan eksternal dari sebuah negara dengan cara berkomunikasi dengan otoritas luar negeri dan juga kepada publiknya, juga melalui proses negosiasi dan jaringan.⁴⁷

Secara sederhana, diplomasi komersial dirancang untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah asing dan keputusan-keputusan peraturan yang mempengaruhi perdagangan global. Sehingga dalam diplomasi komersial, pemerintah negara dalam hal ini bukanlah satu-satunya aktor yang berperan,

⁴⁶Roy, S. L. *Diplomasi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 1991) 127

⁴⁷Michel Kostecki dan Oliver Naray. *Commercial Diplomacy and International Business*. (Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007) 1

melainkan juga terdapat pihak swasta yang berperan seperti asosiasi, NGO dan perusahaan swasta. Susan Strange dan John M. Stopford melihat bahwa negara dan swasta semakin saling tergantung satu sama lain. Hal ini disebabkan oleh keterlibatan swasta yang semakin besar dengan negara dan negara pun semakin menyadari ketergantungannya kepada sumber daya langka yang dikontrol oleh perusahaan-perusahaan.⁴⁸

Ada beberapa alasan mengapa negara semakin membutuhkan peran swasta dan perusahaan-perusahaan. Pertama, negara membutuhkan alat untuk menciptakan kekayaan di dalam teritorinya dan kekayaan ini digunakan untuk mendapatkan *power* yang lebih besar sehingga pilihan nasional untuk kebijakan industri dan manajemen ekonomi yang efisien mulai lebih diperhatikan dibandingkan dengan kebijakan pertahanan negara.⁴⁹

Kedua, persaingan global di antara perusahaan-perusahaan juga mendorong negara-negara di dunia untuk saling berlomba-lomba mendapatkan lebih banyak lagi kekayaan.⁵⁰ Pihak swasta menyadari bahwa untuk dapat bersaing mereka harus berinvestasi di tempat yang tepat, oleh karena itu tempat-tempat yang menyediakan tenaga kerja terlatih dan memiliki infrastruktur yang baik pun menjadi tempat yang paling menarik bagi investasi. Kebutuhan pihak swasta ini mempengaruhi cara pemerintah dalam mengalokasikan sumber daya yang dimiliki agar dapat menarik investasi masuk yang berpotensi menciptakan lebih banyak lagi kekayaan.

Menurut Strange dan Stopford, perubahan-perubahan ini telah menambahkan dua dimensi baru bagi diplomasi. Negara tidak lagi semata-mata

⁴⁸John M. Stopford, Susan Strange, *et. Al. Rival States, Rival Firms: Competition for World Market Shares*. (Cambridge University Press: 1991) 1.

⁴⁹Ibid

⁵⁰Ibid

bernegosiasi dengan negara-negara lain, melainkan juga harus bernegosiasi dengan perusahaan-perusahaan asing.⁵¹ Sementara itu, perusahaan-perusahaan multinasional pun harus menjadi lebih seperti negara karena mereka harus mencari aliansi korporat, baik permanen maupun sementara, agar dapat bersaing dalam memperebutkan tempat di pasar dunia.⁵² Interaksi dari tiga dimensi ini, negara – swasta - pasar, membutuhkan keahlian baru dalam manajemen dan pemerintahan.⁵³ Dimensi-dimensi baru ini telah menambah pilihan kebijakan bagi negara dan swasta agar keduanya dapat bekerjasama menghasilkan kebijakan dan kapasitas administrasi yang kuat agar dapat bersaing di dalam tatanan ekonomi dunia yang telah mengalami perubahan-perubahan. Diplomasi komersial lahir dari kompleksitas hubungan negara dan swasta ini. Pihak swasta dan pasar memiliki peran yang semakin penting yang dapat mempengaruhi kebijakan yang diambil oleh pemerintah karena mengabaikan peran mereka akan berpengaruh terhadap daya saing negara di pasar dunia.

Aktivitas Diplomasi komersial memiliki 2 level cakupan.⁵⁴

- Level internasional yang meliputi hubungan bilateral, regional dan multilateral
- Level domestik, contohnya hubungan antar departemen pemerintah, PNS, parlemen/DPR, LSM/NGOs, organisasi pengusaha, perusahaan dan sebagainya

Curzon, Saner & Yiu menyebutkan bahwa diplomasi komersial mencakup dua jenis kegiatan yang berbeda yaitu:⁵⁵

⁵¹Ibid

⁵²Ibid

⁵³Ibid

⁵⁴Michel Kostecki dan Oliver Naray. *Commercial Diplomacy and International Business*. (Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007) 1

⁵⁵Ibid. 1-2

1. Kegiatan yang berhubungan dengan pembuatan kebijakan, contohnya negosiasi perdagangan multilateral, konsultasi perdagangan, penyelesaian sengketa; dan
2. Kegiatan-kegiatan pendukung bisnis.

Pembagian dua jenis kegiatan di atas dapat dijelaskan bahwa kegiatan pertama mengacu pada diplomasi perdagangan dan dirancang untuk mempengaruhi kebijakan pemerintah luar negeri dan peraturan keputusan yang mempengaruhi perdagangan global dan investasi. Sedangkan kegiatan kedua mencakup tindakan-tindakan pendukung bisnis yang dilakukan oleh para aktor yang terlibat dalam perdagangan global.

Dari 2 jenis kegiatan diatas, skripsi ini lebih memfokuskan perhatiannya kepada bentuk yang kedua yaitu kegiatan pendukung bisnis atau lebih dikenal dengan diplomasi komersial. Hal tersebut dikarenakan karena diplomasi komersial meliputi banyak jasa pelayanan luar negeri dan didalam literturnya menjelaskan performa fungsi dukungan terhadap jalannya bisnis yang dilakukan oleh anggota misi diplomasi, staf dan agensi yang terkait.

Beranjak dari dua jenis kegiatan dalam diplomasi komersial yang dikemukakan oleh Curzon, Saner & Yiu, maka diplomasi komersial tidak hanya digunakan untuk menganalisa isu perdagangan saja tetapi juga dapat digunakan pada permasalahan lainnya seperti investasi, pariwisata, properti intelektual, dan lain sebagainya.

Fitur-fitur utama diplomasi komersial dapat dikategorikan sebagai sebuah layanan yang meliputi layanan pemerintah, diplomatik, publik, komersial, dan *networking*; dan juga menjelaskan implikasi managerialnya. Para aktor dalam diplomasi komersial dibagi dalam dua kategori yaitu para aktor yang menduduki

tingkat atas atau para aktor pembuat kebijakan utama (kepala negara, perdana menteri, menteri atau anggota parlemen); dan ambasadur dan para aktor yang berada di level kedua seperti perwakilan perdagangan, *commercial attache*, atau diplomat komersial.

Diplomasi komersial memiliki *value chain*. Ada rangkaian-rangkaian nilai yang saling mempengaruhi.⁵⁶ Dari hal tersebut, diplomasi komersial bisa dikategorikan menjadi aktivitas primer dan sekunder, bisa dilihat di Gambar 1.1.

Gambar 1.1 : Rantai nilai diplomasi komersial

Value Chain of Commercial Diplomacy



Aktivitas primer merupakan inti atau tema utama dari agenda diplomasi, yakni pariwisata, perdagangan, investasi asing, dan pengembangan teknologi. Aktivitas sekunder merupakan agenda pendukung yang menjadi rutinitas setiap ada pembahasan agenda utama, yakni pembentukan jaringan, aktivitas intelijen, pencitraan, dan penyelesaian masalah.⁵⁷

Kegiatan utama seorang diplomat komersial pada dasarnya terkait marketing. Ketika diminta untuk mendefinisikan pekerjaannya, seorang diplomat

⁵⁶Porter M. *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*. (New York: Free Press,1980)

⁵⁷Michel Kosteci dan Oliver Naray. *Commercial Diplomacy and International Business*. (Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007) 7

komersial dari Selandia Baru menggambarkannya sebagai 'pengelola hubungan antara penjual dan pembeli dan dalam promosi perdagangan seperti keterlibatan dalam pameran dagang, pameran, misi dagang, konferensi atau seminar. Diplomat komersial juga terlibat dalam promosi pariwisata dan jasa lainnya seperti perbankan atau pendidikan. Dalam melakukannya, mereka sering berkerjasama dengan TPOs /IPAs atau ruang bilateral perdagangan. Diplomat komersial sering memiliki mandat ganda sebagai direksi TPO / IPA dan sebagai konselor komersial di Kedutaan. Di negara-negara seperti Korea Selatan, Taiwan atau Jepang, diplomat komersial di delegasikan kepada kantor luar negeri TPO dan oleh karena itu direksi di cabang negara tuan rumah adalah diplomat komersial.⁵⁸

Daya tarik dari FDI adalah sebuah kegiatan yang berkembang karena mereka merangsang pertumbuhan ekonomi negara dan lapangan kerja di sektor-sektor prioritas atau daerah, serta melengkapi kerjasama di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Advokasi mendukung komunitas bisnis nasional yang berarti keterlibatan diplomat komersial dalam urusan publik untuk kepentingan perusahaan nasional dan asosiasi bisnis berurusan dengan pemerintah negara tuan rumah, parlemen atau publik umum.⁵⁹ Hal ini juga menandakan diplomat komersial bereaksi terhadap proposal negara tuan rumah untuk peraturan dan perjanjian perdagangan internasional.

Kegiatan pendukung utama diplomasi komersial adalah kecerdasan, yang termasuk pencarian informasi yang berurusan dengan pertanyaan bisnis dari perusahaan dan negara tuan rumah. Seorang diplomat komersial Amerika Tengah

⁵⁸Ibid.7

⁵⁹Kostecki Michel. *Business Advocacy in the Global Trading System: How Business Organizations May Shape Trade Policy*. (Geneva: ITC,2005)

menganggap bahwa sekitar 95% dari klien tidak meminta layanan rumit tapi hanya meminta informasi dasar tentang isu-isu hukum, situasi politik, dll.⁶⁰

Kecerdasan dari diplomat komersial paling sering menyangkut pelaporan peluang yang dihasilkan dari panggilan untuk tender, pengembangan proyek atau kebutuhan pelanggan industri terkemuka, informasi tentang perubahan dalam peraturan yang mempengaruhi eksportir dan sebagainya. Pengumpulan informasi secara progresif mengubah hak karakternya kepada peningkatan transparansi dan dibawa oleh WTO dan sistem informasi berbasis internet seperti *database* Uni Eropa⁶¹. Ahli promosi perdagangan mengundang diplomat komersial untuk menyarankan solusi bisnis bukannya memberikan informasi. Diplomat komersial dapat lebih fokus mencari tahu informasi yang lebih spesifik tentang masalah di 'kehidupan nyata'. Seperti informasi yang dibuat secara khusus yang sering disajikan dalam laporan rahasia. Duta besar menerima semua informasi dan memutuskan dengan siapa berbaginya. Staf mendistribusikan informasi sesuai setelahnya.

Berikut ilustrasi yang didapat dari komentar-komentar dalam dukungan terhadap bisnis yang dilakukan oleh Diplomat komersial:⁶²

- Bisnis dijalankan oleh perusahaan-perusahaan tapi pemerintah yang membuka pintunya/jalannya (industrialis Australia)

⁶⁰Michel Kostecki dan Oliver Naray. *Commercial Diplomacy and Internastional Business*. (Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007) 8

⁶¹European Commission. *Database Uni Eropa*. Diakses dari <http://ec.europa.eu> (terakhir diakses 28 Juni 2015)

⁶²Michel Kostecki dan Oliver Naray. *Commercial Diplomacy and International Business*. (Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007) 9

- Kita memperkenalkan bisnis kepada orang, tapi melakukan bisnis bukan tanggung jawab kami (Diplomat komersial, Amerika Selatan)
- Diplomasi komersial sebagian besar terkait dengan hubungan personal dan jaringan (Diplomat komersial, Negara anglo-saxon)
- Diplomasi komersial secara essensial terkait tentang jasa pelayanan konsultasi penjualan, dan perusahaan seharusnya diwajibkan untuk ini (ahli promosi perdagangan)
- Kebanyakan proses pembangunan SMEs/UMKM menggunakan jasa pelayanan promosi perdagangan, kita sepakat dengan 500 perusahaan kaya yang sebagian besar minta pelayanan advokasi (Diplomat komersial, Negara Anglo-Saxon)
- Perwakilan perdagangan membutuhkan waktu untuk menjadi pemain dan serius didalamnya, paling tidak 18 bulan (mantan Diplomat komersial dari New Zealand)
- Duta besar dan diplomat komersial kita secara regular membangun kontak dengan perusahaan multi-nasional dalam kaitannya meyakinkan mereka untuk berinvestasi di negara kami (Diplomat komersial dari Negara Eropa Tengah)
- Diplomat komersial sangat berguna didalam memberikan jasa pelayanan untuk pendatang baru dalam bisnis dan untuk UMKM yang tidak memiliki pengalaman dalam ekspor (pebisnis dari Perancis)

Dukungan untuk perusahaan nasional yang terlibat dalam negosiasi dengan pihak berwenang atau perusahaan dari negara tuan rumah merupakan bentuk penting dari dukungan oleh jasa diplomasi komersial, yang mendukung pendekatan

untuk bisnis. Kegiatan *public relations* seorang diplomat komersial ini pada dasarnya bertujuan menjaga hubungan baik dengan para pemimpin bisnis dan pemerintah serta melindungi upaya advokasi dalam proses konsultasi yang ditujukan demi perlindungan kepentingan bisnis negeri ini di negara tuan rumah legislatif.⁶³

Para diplomat komersial juga bertindak sebagai penasihat dalam negosiasi kontrak, memberikan dukungan untuk pemecahan masalah alam bisnis atau hubungan perusahaan - pemerintah, dan menjadi terlibat dalam kasus penyelesaian sengketa. Masalah pemecahan kegiatan sering mengacu pada perlindungan hak kekayaan intelektual⁶⁴, masalah pajak, bantuan kepada perusahaan nasional yang telah menderita kerugian dan ingin mendapatkan kompensasi serta berbagai bentuk dukungan yang diberikan sebagai perlindungan diplomatik. Banyak dari jenis-jenis masalah yang dibahas dalam konsultasi bilateral secara berkala dengan pemerintah dari negara tuan rumah. Dukungan untuk pemecahan masalah juga diilustrasikan oleh upaya para diplomat komersial Asia untuk berurusan dengan otoritas kesehatan Eropa ketika produk makanan mendapat larangan ekspor ke pasar Eropa.

Ukuran pasar dari negara tuan rumah dan potensi pasarnya adalah determinasi yang sangat signifikan dalam investasi didalam diplomasi komersial, dan target utamanya adalah negara-negara besar yang memiliki pertumbuhan pasar yang cepat, seperti Brazil, China, India, Russia serta bagian timur dan tengah Eropa

⁶³Ibid

⁶⁴Kostecki Michel. *Intellectual Property and Economic Development: What Technical Assistance to Redress the Balance in Favor of Developing Nations?* (Geneva: International Centre for Trade and Sustainable Development, 2006)

yang semakin banyak aktivitas diplomasi komersial dari pada negara yang memiliki pasar kecil dan pertumbuhan yang terbatas,⁶⁵

Pasar tersebut dapat ditemukan sebagian besar di negara-negara budaya terpencil yang dimana penetrasi pasarnya adalah sebuah proses progresif dari “learning by doing”. Perusahaan mapan membutuhkan jasa diplomasi komersial khususnya di pasar-pasar baru. Masuknya diplomasi komersial ke dalam pasar terutama penting bagi usaha kecil dan menengah yang menjadi pendatang baru ke daerah tertentu. Pusat gravitasi juga, tidak ada yang dapat benar-benar mendorong industri keuangan nasional mereka tanpa hadir di London, New York atau Singapura. Pameran dagang khusus yang berlangsung di lokasi tertentu juga memerlukan kehadiran diplomasi komersial. Sebagai contoh, Basel menonton pameran di Swiss yang sangat penting bagi banyak penonton produsen asing melihat tekstil dan pakaian serta berbagai kegiatan promosi yang berpusat di Paris, Milan atau London. Para diplomat komersial dari negara pengekspor tekstil harus berada di sana.⁶⁶

Lingkungan legal yang sulit dipercaya, ketidakmampuan menciptakan pengadilan yang memuaskan dan merebaknya korupsi juga bisa mengganggu jalannya diplomasi komersial. Seperti lingkungan kegiatan diplomasi komersial bersiap terhadap membantu perusahaan nasional yang telah terluka oleh tindakan yang bertentangan dengan hukum, lambatnya proses yurisdiksi dan seterusnya. Jika masalah tersebut tidak dapat diselesaikan melalui saluran normal, diplomat komersial mungkin menjadi perantara dalam hal perlindungan diplomatik.

⁶⁵Michel Kostecki dan Oliver Naray. *Commercial Diplomacy and International Business*. (Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007) 13

⁶⁶Ibid

Kepentingan relatif dari berbagai kegiatan diplomat komersial tergantung pada rezim bisnis negara tuan rumah. Rezim bisnis didefinisikan oleh aturan dan proses yang memandu hubungan bisnis negara. Peran dukungan seorang diplomat komersial dalam hubungan pemerintahan perusahaan cenderung menjadi sangat penting ketika pemerintah daerah atau elit pemerintah berperan pada perdagangan, kepemilikan publik, subsidi produksi, atau pengaruh informal atas bisnis lokal. Bisnis rezim jelas dipengaruhi oleh budaya dan tradisi. Peran diplomat komersial dalam memberikan dukungan bisnis, setidaknya pada tahap awal.⁶⁷

Diplomat komersial memiliki hambatan utama didalam aktivitasnya ada pada kesan atau *image* di luar negeri yang menjadi perhatian khusus, terutama ketika terlibat aktivitas dengan negara-negara berkembang. Dan diplomat komersial juga berkerja dalam mendorong para pebisnis dan politisi dari negara *home country* untuk berkunjung ke negara *host country* dan menawarkan adanya bantuan untuk meyakinkan partisipasi para pebisnis.

Para diplomat komersial juga harus memperhatikan lingkungan hubungan bisnis bilateral, terutama memahami perannya didalam aktivitas diplomat komersial yang terkait dengan latar belakang sejarah yang mempengaruhi hubungan bilateral. Didalam beberapa kasus terutama ketika terlibat hubungan dengan negara-negara kecil dan belum mapan didalam hubungan perdagangan, diplomat komersial biasanya dilibatkan didalam mengatur hubungan bilateral di kementerian perdagangan. Dan pola kerja diplomat komersial pun mulai berubah

⁶⁷Ibid.14

kearah yang lebih multilateral dan menggunakan media yang lebih cepat didalam komunikasinya seperti internet.⁶⁸

Dalam perjalanannya para diplomat komersial pun mengalami hambatan didalam aktivitasnya terutama sekali terkait masih adanya keluhan dari para pelaku bisnis dan ahli dibidang perbisnisan dan ekonomi terkait masih kurang profesional nya kinerja para diplomat komersial tersebut atau di relevan nya lagi peran mereka, karenanya diperlukan adanya penjelasan yang rasional untuk menekankan peran penting dari diplomat komersial, berikut beberapa kelebihan yang dimiliki oleh diplomat komersial:⁶⁹

- Intelijen ekonomi : kekebalan diplomatik mendorong komersial diplomat untuk mengambil risiko dalam kegiatan intelijen sejak *legati iure Gentium sancti sunt* (diplomat yang tak tersentuh di bawah hukum internasional).
- Kemampuan untuk dilihat di media massa : diplomat - terutama duta besar- menarik perhatian yang lebih besar dari wartawan daripada seorang pebisnis; mereka boleh mempromosikan acara dengan biaya yang relatif rendah
- Akses kepada para pembuat kebijakan : diplomat yang memiliki peringkat tinggi memiliki akses yang lebih baik untuk menjadi petugas chief executive (CEO) dari perusahaan besar, pembuat kebijakan, birokrasi dan elit di negara tuan rumah.

⁶⁸Ibid.15

⁶⁹Ibid.17-18

- Kredibilitas : diplomat menikmati kredibilitas yang lebih ketika membuat janji-janji dan komitmen selama upaya mereka untuk menarik investor asing dari aktor swasta . Mereka memiliki kepercayaan yang lebih besar ketika berhadapan dengan administrasi dan BUMN negara tuan rumah.
- Skala dan jangkauan ekonomi
- Instrumen dari kebijakan pemerintah : diplomasi komersial tampaknya menjadi komponen penting dari kegiatan promosi ekspor yang disponsori negara. Dalam kasus tertentu itu didorong oleh keyakinan bahwa negara memiliki peran untuk bermain sebagai fasilitator bisnis dan katalis kewirausahaan. Di sisi lain, didasarkan pada asumsi bahwa tujuan tertentu promosi bisnis di luar negeri dapat menjadi pencapaian terbaik oleh diplomat komersial karena sinergi antara pemerintah dan organisasi bisnis.

Michel Kostecki dan Olivier Naray membagi gaya diplomasi komersial kedalam 3 bentuk utama, antara lain:⁷⁰

- Sebagai pendorong bisnis : dapat digambarkan sebagai seorang berorientasi bisnis, peran utama mereka adalah untuk memberikan konsultasi seperti layanan yang diminta oleh perusahaan bisnis. Mengetahui tentang bisnis, mereka sangat dekat dengan manajer, memiliki solid pengetahuan secara teknis dan pendekatan kewirausahaan. Biasanya terletak di ibukota ekonomi dari negara tuan

⁷⁰Ibid.21

rumah, mungkin dengan cabang di daerah industri utama. kata-kata seorang ahli Irlandia, diplomat komersial yang paling sukses adalah mereka yang bekerja terutama untuk klien.

- Sebagai pelayan masyarakat (PNS) : diplomat komersial yang memiliki pola perilaku seorang karyawan di kementerian perdagangan. Diplomat komersial cenderung reaktif daripada pro-aktif dan menjaga jarak dari penawaran bisnis. Seorang diplomat komersial PNS biasanya menekankan implementasi kebijakan daripada dukungan bisnis dan lebih responsif terhadap instruksi pemerintah dari kebutuhan klien. Kekuatan mereka adalah untuk menyediakan link antara bisnis dan pelayanan daripada untuk membangkitkan operasi bisnis.
- Sebagai generalist diplomat, atau diplomat yang ahli di berbagai bidang : diplomat komersial adalah seorang diplomat karir yang berasumsi mendukung fungsi bisnis secara *ad hoc* atau di samping tugas diplomatik lainnya. Mereka mungkin menawarkan kontak yang baik (terutama pada tingkat duta besar) dan tempat kegiatan diplomasi komersial dalam konteks yang lebih luas dari program bantuan luar negeri dan diplomasi nasional.

Dalam berdiplomasi, perlunya strategi yang jitu agar diplomasi yang dilakukan tersebut berjalan dengan lancar dan sesuai dengan kepentingan yang dimaksud. Untuk itu adapun hal-hal penting yang perlu diperhatikan dalam

diplomasi komersial, menurut Michel Kostecki dan Olivier Naray ada 3 hal, sebagai berikut:⁷¹

- Keahlian dan Pengalaman

Tergantung pada peran yang dikaitkan dengan mereka dan tempat mereka didalam matriks organisasi, diplomat komersial cenderung memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda dan pengalaman profesi. Penyedia bisnis diharapkan tidak hanya memiliki pelatihan bisnis dan pendidikan, tetapi juga pengalaman langsung di sektor swasta. Di Irlandia, para diplomat komersial yang paling sukses adalah mereka dengan latar belakang bisnis dan setidaknya 5 tahun pengalaman dalam manajemen, jika mungkin dalam bidang pemasaran.

Seorang diplomat komersial PNS biasanya memiliki pengalaman di kementerian perdagangan daripada pengalaman bisnis. Mereka sering mengikuti sekolah pelatihan ekonomi atau komersial tetapi sedikit yang mempelajari bisnis secara langsung. Misalnya di Polandia atau Jerman konselor cenderung memiliki latar belakang di bidang ekonomi tapi sangat terbatas dalam hal pengalaman bisnis.

Seorang diplomat generalis juga jarang memiliki pengalaman bisnis langsung atau pendidikan bisnis. Jenis diplomat komersial ini sering tertarik pada isu-isu kebijakan yang dapat mempermudah pekerjaan mereka dengan kementerian - kementerian lain dan dalam urusan dengan regulasi perdagangan dan advokasi. Negara-negara seperti

⁷¹Ibid.22-27

Jepang atau Korea mendorong diplomat komersial untuk tetap ada dalam jangka waktu yang lebih lama.

- Matrix Organisasi, untuk mengetahui perilaku Diplomat komersial apakah terintegrasi dengan jasa pelayanan luar negeri atau tidak

Australia, Kanada dan Swedia menggabungkan urusan luar negeri dan perdagangan dalam kementerian tunggal dan mempertahankan layanan diplomasi komersial terpisah dari layanan diplomatik mereka, meskipun kepala misi diplomatik yang bertanggung jawab untuk kedua kegiatan tersebut. UK Trade and Investment (UKTI) adalah subordinasi baik untuk kantor luar negeri dan departemen perdagangan dan industri. Dalam kasus Inggris, Rana berbicara tentang matriks 'bagian unifikasi' sejak dua kementerian yang telah menciptakan dua unit khusus di kementerian luar negeri untuk menangani perdagangan dan investasi oleh layanan diplomatik terpadu.⁷²

Sebuah model yang berbeda dari struktur organisasi diplomasi komersial adalah yang diadopsi oleh Jepang dan Korea Selatan. Diplomat komersial dari dua negara tersebut merupakan pegawai sipilnya yang bekerja untuk JETRO dan KOTRA (Korea Trade Investment Promotion Agency). Di Jerman dan China kementerian luar negerinya tidak secara langsung terlibat dalam diplomasi komersial dan kegiatan tersebut merupakan tanggung jawab kementerian lain.

Hibbert menyarankan bahwa perbedaan dalam struktur organisasi memiliki implikasi-implikasi untuk tujuan dan gaya profesional seorang

⁷²Rana K.S. *Bilateral Diplomacy*. (Geneva: Diplohandbooks, 2001)

diplomat komersial. Mereka para diplomat komersial yang yang sangat terintegrasi ke luar negeri cenderung lebih berorientasi kepada kebijakan, kurang fokus dalam hal bisnis dan lebih enggan untuk mengikuti pendekatan 'hands-on' didalam dukungan bisnis. Pendekatan *hands on* juga sering dipakai oleh JETRO di Jepang.⁷³

Memisahkan kemudi dari dayung mungkin merupakan pendekatan yang paling menjanjikan.⁷⁴ Sebagaimana dicatat oleh Drucker, organisasi yang sukses memisahkan manajemen puncak dari operasi, sehingga untuk memberikan manajemen puncak untuk berkonsentrasi pada strategi pengambilan keputusan. Pembuatan kebijakan promosi bisnis dan itu di lapangan diplomasi komersial harus dijalankan oleh staf yang terpisah masing-masing dengan misi dan tujuan mereka sendiri.⁷⁵

- Mengetahui jarak antara penyedia dan pemakai jasa pelayanan di dalam diplomasi komersial

Ada kesenjangan yang mencolok antara apa yang bisnis butuhkan dan apa yang ditawarkan oleh diplomasi komersial. Apa yang orang pebisnis inginkan adalah diplomat komersial dari jenis 'promotor bisnis'. Ini berarti lebih berorientasi bisnis dan pendekatan *hands-on*, personil yang lebih berpengalaman dan pandangan kewirausahaan yang lebih pro-aktif dalam membimbing kegiatan-kegiatan diplomat komersial. Diplomat komersial diharapkan oleh pebisnis untuk terlibat lebih aktif

⁷³Hibbert E. *The Management of International Trade Promotion*. (London : Routledge, 1990a)

⁷⁴Osborne D dan Gaebler T. *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*. (New York: A Plume Book,1993)

⁷⁵Drucker, P. F. *People and Performance: The Best of Peter Drucker on Management*. (London : Heinemann, 1977)

dalam advokasi bisnis dan berkontribusi untuk menangani pembuatan kesepakatan.

Diplomasi komersial menjadi pilihan ketika bisnis tidak dapat berjalan tanpa campur tangan politik dan diplomasi negara, sementara negara juga membutuhkan swasta untuk memenuhi kepentingan ekonominya. Diplomasi komersial dapat menjadi salah satu *output* dari kebijakan luar negeri negara. Peranan diplomasi komersial juga semakin meningkat dengan adanya sistem neo-liberal yang semakin membebaskan arus perdagangan dunia sehingga perlu mendorong kinerja dari diplomasi komersial.

Menurut Harry Kopp, diplomasi komersial melibatkan bisnis dan pemerintah luar negeri dalam upaya kerjasama untuk mencapai tujuan komersial yang memajukan kepentingan nasional.⁷⁶

Sepanjang sejarah, negara telah berusaha untuk memajukan kepentingan ekonomi dan komersial mereka dengan negosiasi perjanjian perdagangan, memberikan dukungan untuk entitas komersial mereka sendiri dan membina lingkungan di mana bisnis nasional dan pengusaha bisa sukses di pasar internasional. Hampir sejak awal, Amerika Serikat telah penuh semangat menegaskan kepentingan bisnis masyarakatnya. Dari Perjanjian Tripoli, yang berusaha untuk mendirikan hak komersial AS di Afrika Utara, untuk kemudian dikenalnya kebijakan AS seperti Doktrin Monroe di belahan bumi Barat dan kebijakan *Open Door* terhadap Cina, diplomasi Amerika Serikat selalu memiliki motif komersial pada intinya.⁷⁷

⁷⁶Kopp H.W. *Commercial Diplomacy and the National Interest*. (Washington DC : Business Council for International Understanding / The American Academy of Diplomacy, 2004)

⁷⁷ Ibid

Sejak akhir PD II, ketika perjanjian Bretton Woods mendirikan sarana-sarana komersial dan keuangan di jantung dari sistem perdagangan internasional (misalnya, IMF, Bank Dunia dan GATT , yang kemudian menjadi WTO), Amerika Serikat telah mengambil langkah aktif dalam menciptakan dan mendukung aturan internasional yang memajukan kepentingannya yang lebih luas.⁷⁸

Pada penelitian kali ini, teori diplomasi komersial digunakan sebagai salah satu teori untuk menganalisa upaya diplomasi perdagangan yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia terkait dengan kebijakan sertifikasi RSPO. isu-isu umum yang dibahas dalam studi kasus ini meliputi strategi perdagangan internasional suatu negara, tingkat keberhasilannya, serta peran pihak swasta yang didukung oleh negara untuk melakukan ekspansi perdagangan di negara negara mitranya. Seperti halnya diplomasi tradisional, diplomasi komersial merupakan alat negara untuk memenuhi kepentingan nasionalnya, oleh karena itu negara menjadi aktor utama dalam diplomasi komersial. Meskipun berperan sebagai aktor utama, negara bukanlah pemain tunggal. Peran swasta, individu pelaku bisnis, konsumen, sistem perdagangan internasional, dan kelompok masyarakat juga memiliki peran dalam menentukan keberhasilan diplomasi komersial sebuah negara. Susan Strange dan John M. Stopford melihat bahwa negara dan swasta semakin saling tergantung satu sama lain dalam menciptakan tatanan kebijakan yang dalam hal ini sertifikasi RSPO.

⁷⁸ Ibid

1.8 Metodologi

1.8.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode merupakan prosedur atau proses yang melibatkan berbagai teknik dan perangkat yang digunakan dalam penelitian dan bagi pengujian serta evaluasi teori. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif dengan model deskriptif-analisis, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan suatu fenomena sosial yang diteliti secara mendalam. Penelitian ini digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial yang telah maupun yang sedang terjadi dengan menggunakan data yang deskriptif berupa buku-buku, jurnal ilmiah, dan artikel-artikel agar dapat lebih memahami secara mendalam mengenai kejadian yang berhubungan dengan fokus masalah yang diteliti.⁷⁹ Penelitian ini juga fokus pada penggunaan nama atau label dibandingkan angka-wangka, seperti yang disebutkan Kenneth D. Bailey, “*Qualitatives atributes have labels or names rather than numbers assigned to their respetives categories*”.⁸⁰

RSPO merupakan lembaga non profit yang dibentuk oleh *multi stakeholder*. RSPO yang berada dibawah kekuasaan Uni Eropa ini mengeluarkan sertifikasi RSPO. Indonesia membutuhkan sertifikasi tersebut agar CPO yang diekspor dari Indonesia bisa masuk ke Uni Eropa. Di sisi lain, Indonesia merasa rugi dengan kehadiran RSPO ini. Maka dari itu, adanya upaya dari aktor-aktor Indonesia dalam melakukan diplomasi komersial, dimana para aktor merupakan pelaku sosial dengan latar belakang yang berbeda, sehingga menggunakan jenis penelitian ini

⁷⁹Dr. Lexy J. Moleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000)
6

⁸⁰Kenneth D Bailey. *Methods Of social Research*. (1982).

dianggap tepat karena penelitian kualitatif merupakan akar dari ilmu sosial yang fokus pada pemahaman atas tindakan yang diambil manusia.

1.8.2 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini tidak meluas dari apa yang telah dirumuskan di rumusan masalah, maka peneliti memfokuskan penelitian pada upaya diplomasi komersial Indonesia dalam menanggapi RSPO. Dan peneliti hanya melihat proses dari upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia tersebut. Sedangkan untuk batasan tahunnya, peneliti membatasi penelitian ini mulai tahun 2004 sampai tahun 2015. Peneliti mengambil batasan tahun tersebut, karena pada tahun 2004 RSPO didirikan. Pada saat itu juga Indonesia mulai menunjukkan upayanya dalam mencapai kepentingan nasional yang terkait dengan adanya RSPO.

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Salah satu metode yang umum digunakan dalam mengumpulkan data penelitian kualitatif adalah melalui tinjauan dokumen berupa catatan dan arsip yang terdapat pada masyarakat, komunitas atau organisasi⁸¹. Data dalam penelitian ini didapat melalui dokumen-dokumen resmi, berupa *agreements*, *press realeased*, yang berhubungan dengan fokus penelitian sebagai data primer, dan didukung oleh data sekunder berupa data penelitian terdahulu, analisis para ahli, *review*, *working paper*, serta artikel-artikel yang sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan, yang dimuat oleh media cetak maupun media online.

⁸¹Catherine Marshall and Gretchen B. Rossman. *“Designing Qualitative Research 3e”*. (California: Sage Publications Inc, 1999) 117

1.8.4 Tingkat Analisa

Sasaran analisis yang tepat harus memilih dari berbagai kemungkinan tingkat analisa. Maka dalam menentukan tingkat analisa, kita terlebih dahulu menetapkan unit analisa dan unit eksplanasi. Unit analisa yaitu objek yang perilakunya yang hendak kita analisa dan jelaskan. Unit eksplanasi adalah objek yang mempengaruhi perilaku unit analisa yang akan digunakan.⁸² Unit analisa dalam penelitian ini adalah pemerintah Indonesia, unit eksplanasinya adalah sertifikasi RSPO dan tingkat analisa adalah negara.

1.8.5 Teknik Analisa Data

Data penelitian kualitatif sangat kompleks, dan tidak bisa begitu saja dirubah kedalam bentuk standar terukur, karena tingkat abstraksi data yang berbeda. Hal yang paling penting dalam menganalisis data kualitatif adalah penggolongan data yang menggambarkan proses terjadinya suatu fenomena. Analisis dianggap memadai ketika kategori-kategori penentuan ditetapkan, adanya hubungan yang terbangun antara kategori-kategori itu, dan semuanya terintegrasi kedalam interpretasi logis dan masuk akal.

Analisis data secara umum bisa diartikan sebagai proses pengelompokan dan penginterpretasian data yang telah dikumpulkan. Analisis data kualitatif adalah identifikasi dan pencarian pola-pola umum hubungan dalam kelompok data, yang menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan⁸³. Data yang didapat akan diolah melalui tradisi penelitian kualitatif. Data akan dianalisis, diuraikan, dan dilakukan

⁸²Mohtar Masoed. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. (Jakarta: LP3ES, 1990) 35 – 39

⁸³Marshall dan Rossman. 150

proses pemberian makna untuk menemukan ide-ide yang terkandung didalamnya, sehingga peneliti bisa mendapatkan pemahaman komprehensif terhadap apa yang diteliti, dengan begitu hasil penelitian nantinya akan teruji dan bersifat ilmiah.

1.9 Sistematika Penulisan

Hasil dari penelitian ini direncanakan terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I, Pendahuluan

Bab ini merupakan rancangan penelitian yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, studi pustaka, kerangka konseptual, metodologi, dan sistematika penulisan.

BAB II, EU dan RSPO

Bab ini akan membahas tentang peranan industri kelapa sawit di Indonesia, kondisi perdagangan kelapa sawit Indonesia ke Uni Eropa. Dalam bab ini juga dijelaskan tanggapan dari perusahaan-perusahaan yang menjadi pengekspor minyak sawit ke Uni Eropa terkait adanya kebijakan RSPO ini.

BAB III, Dinamika Perdagangan Kelapa Sawit Indonesia ke Uni Eropa

Bab ini akan membahas tentang kebijakan RSPO. Menjelaskan tentang prinsip-prinsip, fungsi, dampak dan kelemahan-kelemahan RSPO pada perkembangan pasar dunia.

BAB IV, Upaya Pemerintah Indonesia dalam Menyikapi sertifikasi RSPO

Bab ini penulis akan melakukan analisa mengenai upaya Indonesia dalam menyikapi kebijakan RSPO yang dikeluarkan Uni Eropa melalui studi kasus yang telah dipaparkan. Dalam bab ini penulis akan menghubungkan fenomena yang terjadi dengan konsep yang ditawarkan yaitu kepentingan nasional dan diplomasi

komersial serta menjelaskan secara akademis bagaimana fenomena ini bisa ditelaah melalui konsep yang ditawarkan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyuguhkan hasil terpenting dari penelitian, kesimpulan dan kontribusi yang didapat dari penelitian ini.

